Faculté des lettres et des sciences humaines
Département d'information et de communication

PLAN DE COURS

COM-1011 : Psychosociologie de la communication

NRC 82200 | Automne 2015

Mode d'enseignement : Présentiel	
Temps consacré : 3-0-6	**Crédit(s) :** 3

Initiation aux courants théoriques fondamentaux qui ont marqué le développement de la psychosociologie de la communication : psychanalyse, béhaviorisme, théorie de la forme, études sur la communication non verbale. Notions de base nécessaires à la compréhension des effets d'un message : attitude, croyance, représentation sociale, stéréotype. Étude de la persuasion : formes d'influence, procédés d'engagement, gestion des impressions.

Plage horaire

Cours en classe			
mercredi	12h30 à 15h20	CSL-1640	Du 31 août 2015 au 11 déc. 2015

Il se peut que l'horaire du cours ait été modifié depuis la dernière synchronisation avec Capsule. Vérifier l'horaire dans Capsule

Site de cours

https://www.portaildescours.ulaval.ca/ena/site/accueil?idSite=64923

Coordonnées et disponibilités

Véronique Dorval
Enseignante
CSL-3851
veronique.dorval@com.ulaval.ca

Disponibilités
Les mercredis, sur rendez-vous.

Soutien technique

Centre des services pédagogiques et technologiques
Faculté des lettres et des sciences humaines

Coordonnées du Centre :

aide@flsh.ulaval.ca
418 656-2131 poste 5647

Pavillon Charles-De Koninck, bureau 0248

Horaire :

	Automne/Hiver	Été
Lundi au jeudi	8 h 30 à 12 h	8 h 30 à 12 h
	13 h à 17 h	13 h à 16 h 30
	17 h 30 à 21 h 30	17 h 30 à 21 h 30
Vendredi	8 h 30 à 12 h	8 h 30 à 12 h
	13 h à 16 h 30	13 h à 16 h

Sommaire

Description du cours 4

Présentation générale 4

Objectifs généraux 4

Approche pédagogique 5

Étudiant ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental 5

Contenu du cours 5

Modalités particulières de l'offre de cours 6

Résumé du cours 6

Outils de communication 6

Contenu et activités 6

Évaluation des apprentissages 7

Modalités d'évaluation 7

Informations détaillées sur les évaluations sommatives 8

TP1 Analyse d'une publicité (approche psychanalytique 1) 8

TP2 Analyse d'une publicité (approche psychanalytique 2) 8

TP3-4 Analyse d'une publicité (approche béhavioriste) 8

TP5 Analyse d'une publicité (études sur la communication non verbale) 8

TP6 sur la théorie de la Gestalt 9

TP7 sur le changement des attitudes 9

TP8 sur les représentations sociales 9

TP9 sur les stéréotypes 9

TP10 sur l'influence sociale 9

TP11 sur la production d'impressions 9

Travail d'analyse d'une publicité 9

Examen de mi-session 12

Examen de fin de session 12

Informations détaillées sur les évaluations formatives 13

Exemples de questions pour l'examen de mi-session 13

Exemples de questions pour l'examen de fin de session 13

Système de notation 14

Absences et retards 14

Politique du français 14

Honnêteté intellectuelle 14

Évaluation du cours 15

Matériel et bibliographie 15

Matériel didactique 15

Bibliographie 15

Cahier de notes de cours trouées 17

Description du cours

Présentation générale

Le regard interdisciplinaire de la psychosociologie permet que soit abordé sous plusieurs angles un des objets les plus fondamentaux des sciences sociales : l'interaction humaine. Souvent assimilée à la psychologie sociale par plusieurs auteurs, la psychosociologie lui doit une partie importante de ses concepts et de ses méthodes. Si d'autres auteurs prennent le soin de distinguer les deux termes, c'est parce qu'ils refusent de donner la primauté à l'individuel ou au collectif. De ce point de vue, la psychosociologie ne se réduit pas à une section de la psychologie, pas plus qu'elle n'est considérée comme englobée dans la sociologie au sens large. Parce qu'en psychosociologie, on s 'intéresse de façon précise, mais non limitative, aux rapports sociaux et à leur incidence dans les processus de changement, ce domaine se prête bien à l'étude la communication publique.

Dans la première partie du cours, les étudiantes et les étudiants seront initiés aux approches à caractère plus psychologique qui ont marqué le développement de la psychosociologie de la communication. Un accent particulier sera mis sur la façon dont ces approches peuvent être utilisées pour des fins de persuasion publicitaire, soit sur les stratégies d'énonciation susceptibles d'amener l'individu à adopter un comportement donné.

La deuxième partie du cours portera sur la recherche contemporaine en psychosociologie de la communication. À travers l'examen de différents thèmes de la psychosociologie, nous verrons comment ce domaine peut éclairer les pratiques professionnelles en communication publique, incluant les pratiques journalistiques, tout en tenant compte des transformations profondes occasionnées par Internet dans les rapports à autrui.

Ce cours est obligatoire dans les programmes suivants :

- baccalauréat en communication publique;
- certificat en communication publique.

Il est aussi offert comme cours à option dans une variété de programmes :

- baccalauréat intégré en études internationales et langues modernes;
- baccalauréat intégré en sciences des religions;
- baccalauréat en psychologie;
- baccalauréat en sciences de la consommation;
- baccalauréat en nutrition.

Il n'y a aucun préalable à ce cours. Il s'agit d'un cours de base. Peu importe qu'il soit suivi dans un programme où le cours COM-1011 *Psychosociologie de la communication* est obligatoire ou dans un programme où il est optionnel, **les exigences pour sa réussite sont les mêmes, incluant la maîtrise de la langue française.** Ce cours est nécessaire pour s'inscrire au cours COM-2150 *Communication et changement d'attitude*.

Ce plan de cours a pour objectif de vous préparer à suivre le cours. Il définit en quelque sorte un mode d'emploi, non seulement pour le matériel didactique du cours, mais aussi pour le cheminement que vous devez adopter et les différentes exigences auxquelles vous devez répondre.

Objectifs généraux

L'objectif premier du cours est d'initier les étudiantes et les étudiants aux principales théories et aux concepts de base utilisés en psychosociologie pour l'étude de la communication. Le cours poursuit aussi un objectif de culture générale.

Au terme de ce cours, l'étudiante ou l'étudiant sera en mesure :

- d'employer de manière éclairée plusieurs concepts fondamentaux utilisés en psychosociologie de la communication;
- d'associer une terminologie donnée avec les principes théoriques lui correspondant;

- d'interpréter une situation concrète de communication publique en s'inspirant d'une façon cohérente des concepts présentés pendant le cours;
- de faire une lecture synthétique de textes scientifiques adaptés au niveau de formation des étudiantes et des étudiants.

Approche pédagogique

Exposés magistraux, diaporamas électroniques (présentations *PowerPoint*), travaux pratiques, discussions en équipe et lectures.

Étudiant ayant un handicap, un trouble d'apprentissage ou un trouble mental

Les étudiants qui ont une lettre d'*Attestation d'accommodations scolaires* obtenue auprès d'un conseiller du **secteur Accueil et soutien aux étudiants en situation de handicap (ACSESH)** doivent rencontrer leur professeur au début de la session afin que des mesures d'accommodation en classe ou lors des évaluations puissent être mises en place. Ceux qui ont une déficience fonctionnelle ou un handicap, mais qui n'ont pas cette lettre doivent contacter le secteur ACSESH au (418) 656-2880, le plus tôt possible.

Le secteur ACSESH vous recommande fortement de vous prévaloir des services auxquels vous avez droit afin de pouvoir réussir vos études, sans discrimination ni privilège. Pour plus d'information, consultez la *Procédure de mise en application des mesures d'accommodations scolaires* à l'adresse suivante : https://www.aide.ulaval.ca/cms/Accueil/Situations_de_handicap.

Contenu du cours

La matière du cours se divise en 10 modules.

Module 1 : Approche psychanalytique (1re partie). La structure de la personnalité

- Les trois structures de la personnalité : définitions, caractéristiques, principes directeurs. Fonctionnement et limites.

Module 2 : Approche psychanalytique (2e partie). Le développement de la personnalité

- Développement psychosexuel : libido, zones érogènes, stades de développement. Évolution de la personnalité : adaptation de la personnalité, identifications, déplacements, mécanismes de défense.

Module 3 : Approche béhavioriste (1re partie). Le conditionnement répondant

- Apprentissage et conditionnement. Conditionnement répondant : stimulus et réponse, extinction, recouvrement, généralisation et discrimination.

Module 4 : Approche béhavioriste (2e partie). Le conditionnement opérant

- Conditionnement opérant : renforcements positif et négatif, renforcements primaire et secondaire, punition, extinction, recouvrement, discrimination.

Module 5 : Les études en communication non verbale

- Proxémique : distances d'interaction. Kinésique : orientation du corps et du regard. La multicanalité.

Module 6 : La théorie de la *Gestalt*

- Organisation de la perception : le champ. Simplicité et perception : principe du maximum-minimum, principes de regroupement.

Module 7 : L'étude des cognitions sociales, (1re partie). Les attitudes et le changement d'attitude

- Concepts de base et relations entre eux : attitude, affect, croyance, intention de comportement, valeur, idéologie, norme, opinion. Processus de changement d'attitude : l'approche d'inspiration béhavioriale de Yale, la théorie de la dissonance cognitive, le modèle de probabilité d'élaboration cognitive. La mesure des attitudes : direction et intensité.

Module 8 : L'étude des cognitions sociales, (2e partie). Les représentations sociales

- Concepts voisins : représentation sociale, représentation mentale et représentation collective. Genèse des représentations sociales : objectivation, ancrage. Structure des représentations sociales : noyau central, système périphérique.

Module 9 : Stéréotypes, préjugés et discrimination

- Catégorisation sociale : endogroupe et exogroupe. Stéréotypes : stéréotypes de genre, stéréotypes ethniques et racistes, stéréotypes relatifs à l'âge, relatifs à l'orientation sexuelle. Préjugés. Discrimination. Étude des discours racistes et sexistes dans les médias.

Module 10 : Influence sociale

- Réactions à la pression sociale : soumission, intériorisation et identification. Formes d'influence sociale : normalisation (normalisation planifiée), conformisme (travaux de Asch).
- Acquiescement (procédés de soumission librement consentie), obéissance (travaux de Milgram) et innovation (travaux de Rogers).

Module 11 : Production d'impressions

- Visibilité médiatisée : mise en visibilité, contraintes spatiales et temporelles, relation entre pouvoir et visibilité, intimité médiatisée. Présentation de soi : façade, décor, apparence, manière, équipes et fonctions des équipiers, régions, secrets, rôles contradictoires.

Modalités particulières de l'offre de cours

Le cours *Psychosociologie de la communication* est offert sur une période de 15 semaines. La charge de travail est d'environ 9 heures par semaine.

Résumé du cours

Introduction aux principales théories et aux principaux concepts de la psychosociologie nécessaires à la compréhension des phénomènes de communication, du cheminement et des effets de l'information. Approches freudienne, SR, gestaltiste (théories de l'équilibre, de la dissonance, etc.). Les concepts d'attitude (structure, fonctions et genèse), de valeurs, de normes, d'opinion publique, de motivations, de besoins.

Outils de communication

Courrier électronique

Votre enseignante utilisera régulièrement votre adresse courriel « ulaval.ca » pour vous envoyer des messages, des compléments d' information, des documents. Pour connaître votre adresse de courriel et relever votre courriel « ulaval.ca », veuillez consulter les sites « http://www.ulaval.ca/adage/ » et « http://www.sit.ulaval.ca ».
N'oubliez pas de prendre vos messages fréquemment. Vous pouvez accéder à votre courriel « ...@ulaval.ca » en cliquant sur l'icône de l'enveloppe située dans le coin supérieur gauche de l'interface du site du cours.

Le courriel est le mode privilégié de communication avec votre enseignante. Afin de l'aider à reconnaître rapidement vos messages, veuillez inscrire « PSYCHOSOCIO » sur la ligne « objet » ou « titre ». L'enseignante vous répondra par écrit ou par téléphone selon le niveau de complexité que présentent vos questions. Il est important de préciser que la réponse aux questions posées par courrier électronique ne sera pas instantanée. Dans ce cours, l'enseignante répondra à son courrier dans un délai de **2 jours ouvrables**. Afin d'éviter des délais supplémentaires, il est recommandé d'être explicite dans vos questions et commentaires (ex. : précisez les noms des documents et les pages référées).

Un accès au *Portail des cours de l'Université Laval* vous est fourni. Deux types de notes de cours seront disponibles sur le *Portail*: pour la première partie seulement, des notes comportant des « trous » et une partie de la présentation *PowerPoint* (disponible avant la séance de cours). Chaque étudiante ou étudiant pourra télécharger le document souhaité. La procédure vous sera expliquée lors du premier cours. Afin d'accéder au site de votre cours, l'utilisation d'une version récente des navigateurs *Internet Explorer* ou *Firefox* est requise. Pour vous rendre au site réservé au cours, allez sur la page d'accueil du Portail (<https://www.portaildescours.ulaval.ca>), inscrivez votre identifiant unique Laval (IDUL) et votre numéro d'indentification personnel (NIP), puis cliquez sur « *Se connecter* ». Choisissez ensuite le cours auquel vous êtes inscrite ou inscrit.

Contenu et activités

Le tableau ci-dessous présente les semaines d'activités prévues dans le cadre du cours.

Titre	Date
Introduction	2 sept. 2015
Module 1 : l'approche psychanalytique (première partie)	9 sept. 2015
Module 2 : l'approche psychanalytique (deuxième partie)	16 sept. 2015
Module 3 : l'approche béhavioriste (conditionnement répondant)	23 sept. 2015
Module 4 : l'approche béhavioriste (conditionnement opérant)	30 sept. 2015
Module 5 : les études en communication non verbale	7 oct. 2015
Module 6 : la théorie de la Gestalt	14 oct. 2015
Semaine de lecture	28 oct. 2015
Module 7 : les cognitions sociales I. Les attitudes et le changement d'attitude	4 nov. 2015
Module 8 : les cognitions sociales II. Les représentations sociales	11 nov. 2015
Module 9 : stéréotypes, préjugés et discrimination	18 nov. 2015
Module 10 : influence sociale	25 nov. 2015
Module 11 : production d'impressions	2 déc. 2015

Note : Veuillez vous référer à la section *Contenu et activités* de votre site de cours pour de plus amples détails.

Évaluation des apprentissages

Modalités d'évaluation

Sommatives

Titre	Date	Mode de travail	Pondération
Travaux pratiques (Somme des évaluations de ce regroupement)			**10 %**
TP1 Analyse d'une publicité (approche psychanalytique 1)	Dû le 9 sept. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP2 Analyse d'une publicité (approche psychanalytique 2)	Dû le 16 sept. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP3-4 Analyse d'une publicité (approche béhavioriste)	Dû le 30 sept. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP5 Analyse d'une publicité (études sur la communication non verbale)	Dû le 7 oct. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP6 sur la théorie de la Gestalt	Dû le 14 oct. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP7 sur le changement des attitudes	Dû le 4 nov. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP8 sur les représentations sociales	Dû le 11 nov. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP9 sur les stéréotypes	Dû le 18 nov. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP10 sur l'influence sociale	Dû le 25 nov. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
TP11 sur la production d'impressions	Dû le 2 déc. 2015 à 16h00	En équipe	1 %
Travail de mi-session (Somme des évaluations de ce regroupement)			**25 %**
Travail d'analyse d'une publicité	Dû le 2 nov. 2015 à 16h00	Individuel	25 %
Examens sous surveillance (Somme des évaluations de ce regroupement)			**65 %**
Examen de mi-session	Le 21 oct. 2015 de 12h30 à 15h20	Individuel	30 %
Examen de fin de session	Le 9 déc. 2015 de 12h30 à	Individuel	35 %

Titre	Date	Mode de travail	Pondération
	15h20		

Formatives

Titre	Date	Mode de travail
Exemples de questions pour l'examen de mi-session	Disponible en tout temps	Individuel
Exemples de questions pour l'examen de fin de session	Disponible en tout temps	Individuel

RÉTROACTION SUR LES TRAVAUX : Vous recevrez en classe une rétroaction à la suite des travaux d'équipe. Écoutez bien les commentaires de l'enseignante. Ils pourront vous aider pour les travaux ultérieurs ainsi qu'au moment des examens.

EXAMEN SOUS SURVEILLANCE : L'étudiant ou l'étudiante est responsable de l'horaire de ses examens. Un conflit d'horaire n'est pas un motif suffisant pour demander une reprise d'examen.

Informations détaillées sur les évaluations sommatives

TP1 Analyse d'une publicité (approche psychanalytique 1)

Date de remise : 9 sept. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot
CSL-1640

TP2 Analyse d'une publicité (approche psychanalytique 2)

Date de remise : 16 sept. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP3-4 Analyse d'une publicité (approche béhavioriste)

Date de remise : 30 sept. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP5 Analyse d'une publicité (études sur la communication non verbale)

Date de remise : 7 oct. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP6 sur la théorie de la Gestalt

Date de remise : 14 oct. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP7 sur le changement des attitudes

Date de remise : 4 nov. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP8 sur les représentations sociales

Date de remise : 11 nov. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP9 sur les stéréotypes

Date de remise : 18 nov. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP10 sur l'influence sociale

Date de remise : 25 nov. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

TP11 sur la production d'impressions

Date de remise : 2 déc. 2015 à 16h00
Mode de travail : En équipe
Pondération : 1 %
Remise de l'évaluation : Boîte de dépot

Travail d'analyse d'une publicité

Date de remise :	2 nov. 2015 à 16h00
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	25 %
Remise de l'évaluation :	Boîte de dépot
Directives de l'évaluation :	Le travail de session consiste à produire individuellement l'analyse d'une publicité soumise par l' enseignante à partir d'au moins deux approches théoriques vues en classe et à rédiger une critique personnelle des approches choisies pour analyser cette publicité. La publicité à analyser se trouve au bas de cette page.

En quoi consiste ce travail?

Ce travail de 1500 mots (environ 6 pages) comporte deux parties: une partie d'analyse de la publicité, une partie de critique des approches théoriques. Parce qu'il s'agit d'un long travail pratique et non d'un essai, ce travail ne nécessite ni introduction, ni conclusion. Afin de réserver un maximum d'espace à l'analyse de la publicité, les concepts théoriques utilisés n'ont pas à être définis.

Première partie: analyse de la publicité

Observez la publicité soumise pour analyse. Choisissez deux, trois ou quatre des approches vues aux modules 1 à 6 et proposez une interprétation de la publicité qui se base sur les notions théoriques de chacune des approches.

Les approches qui peuvent être retenues sont les suivantes:

- l'approche psychanalytique
- l'approche béhavioriste
- les études sur la communication non verbale
- la théorie de la *Gestalt.*

Inspirez-vous des exemples présentés tout au long du cours pour formuler vos interprétations.

> *Par exemple, vous pouvez choisir d'utiliser l'approche psychanalytique et la théorie de la Gestalt pour analyser la publicité. Toute autre combinaison est possible, tant et aussi longtemps que vous utilisez un minimum de deux approches. Par ailleurs, assurez-vous que la distinction entre les différentes approches soit très claire. Ainsi, il ne faudrait pas utiliser le stade oral dans une section qui traite de communication non verbale.*

Vous n'avez pas à utiliser tous les concepts que contient une approche. Utilisez seulement ceux que vous jugez pertinents pour la publicité proposée.

> *Par exemple, si vous décidez d'analyser la publicité en utilisant le béhaviorisme, vous pouvez choisir d'utiliser le conditionnement classique tout en ignorant le conditionnement opérant. Vous ne serez pas pénalisé pour les éléments que vous avez choisi de ne pas traiter.*

Je vous rappelle que cette interprétation doit obligatoirement prendre le point de vue du récepteur. C'est essentiellement l'angle qu'il vous faut adopter. En publicité, on s'intéresse aux réactions potentielles du public ciblé, et non à la psychologie probable des personnages mis en scène par les concepteurs publicitaires. Je le répète donc: il faut produire une interprétation de la publicité en fonction du public qui la regarde.

Cette partie du travail devra compter 1375 mots. Une marge de ±10% est tolérée.

Deuxième partie: critique des approches théoriques

Cette partie est réservée à une critique des approches théoriques que vous utilisez pour faire votre interprétation de la publicité. L'angle sous lequel vous choisirez de développer votre critique est libre. Vous pouvez, par exemple:

- traiter des forces et des faiblesses d'une théorie;
- justifier vos choix théoriques en parlant de sa pertinence pour l'analyse de la publicité;
- mettre en valeur la complémentarité des approches que vous utilisez;
- faire une comparaison des théories pour discuter de leurs différences d'approche en lien avec un point particulier;

- critiquer les théories que vous n'avez pas utilisées pour l'analyse et justifier ce choix.

Cette liste n'est pas exhaustive. L'important, c'est d'exposer clairement votre critique et de la justifier par des éléments pertinents.

Cette partie du travail devra compter 125 mots. Une marge de ±10% est tolérée.

Comment présenter le travail ?

Vous devez respecter des normes précises de présentation du travail. Plus spécifiquement, cinq critères sont à respecter **intégralement**.

> ⓘ Le respect de ces consignes compte pour 5% de la note du travail. Le non-respect d'une seule d'entre elles entraînera automatiquement la perte des points qui y sont alloués.

- Le texte doit être rédigé avec la police Arial (peu importe la taille).
- L'interligne du texte doit être double.
- Le travail doit compter 1500 mots ±10%, dont 1375 mots pour l'analyse et 125 mots pour la critique.
- Votre nom complet et votre matricule doivent se retrouver dans l'en-tête du document (il ne faut pas confondre «haut de la page» et «en-tête de la page»; voir la fonction «*En-tête et pied de page*» dans le menu «*Affichage*» de Word). Ne pas inclure de page de présentation; le travail commence immédiatement à la première page.
- Vous devez nommer votre fichier en utilisant la première lettre de votre prénom, suivie de votre nom de famille. Par exemple, Marie-Hélène Tanguay-Dubois remettrait un fichier mtanguaydubois.

Politique du français*	

La maîtrise du français est une compétence que doit posséder tout étudiant inscrit à un cours offert par le Département d'information et de communication. En vertu de ce principe, les fautes de langue (orthographe, lexique, syntaxe et ponctuation) sont pénalisées à leur première occurrence. Le total des fautes peut faire perdre jusqu'à 100 % de la note. Les pénalités sont pondérées en fonction de la longueur du texte produit :

- Moins d'une page = 5 points sur 100
- Une à cinq pages = 3 points sur 100
- Plus de cinq pages = 1 point sur 100

La page standard compte 250 mots. Les textes peuvent être rédigés selon l'orthographe traditionnelle ou nouvelle. Dans un même texte, un même mot doit toutefois être orthographié de manière uniforme.

Les critères de correction

Respect intégral des consignes de présentation: 5 points

Justesse : 40 points

Finesse : 15 points

Pertinence : 10 points

Densité : 10 points

Qualité de la critique : 10 points

Clarté : 5 points

Originalité (recherche d'un apport personnel) : 5 points

Comment remettre le travail ?

Vous devez déposer votre travail dans la boîte de dépôt du portail du cours.

Comment récupérer le travail ?

Les travaux corrigés seront téléversés dans la boîte de dépôt du portail du cours.

Comment est-ce évalué ?

Ce travail est obligatoire. Il est corrigé sur 100 points mais compte pour 25% de la note de la session.

Les critères de correction sont disponibles dans le portail du cours.

Quand aurai-je mon résultat ?

La correction de travaux de ce type nécessite beaucoup de temps. Comptez un mois après la date de remise avant d'obtenir vos résultats.

Publicité à analyser :
TravailSession.pdf
Le téléchargement n'est pas immédiat: il peut prendre quelques secondes, ne vous inquiétez pas.
Young & Rubicam, Chili: Tony Sarroca, Guillermo Vega pour Nutri Balance. 2008. *Bad Food Bad Dog* (publicité). Repéré à http://www.creativeadawards.com/bad-food-bad-dog-2/

Examen de mi-session

Date et lieu :	Le 21 oct. 2015 de 12h30 à 15h20 , Casault 1640
Mode de travail :	Individuel
Pondération :	30 %
Remise de l'évaluation :	Carte étudiante de l'Université Laval avec photo obligatoire
Directives de l'évaluation :	⚠ Pour avoir accès à la salle d'examen, vous devez obligatoirement présenter votre carte étudiante de l'Université Laval (avec photo). Cet examen à choix multiples ne portera que sur la matière abordée aux modules 1 à 6. Voici une feuille contenant LES CONSIGNES pour les étudiants et les étudiantes qui feront leur examen sur le campus: ConsignesExamPsychosocioCom.pdf LA FEUILLE DE CONSIGNES SIGNÉE ET LA CARTE DE L'UNIVERSITÉ LAVAL AVEC PHOTO SONT OBLIGATOIRES POUR ACCÉDER À LA SALLE D'EXAMEN. • IMPRIMEZ CETTE FEUILLE. • LISEZ LES CONSIGNES. • SIGNEZ LA FEUILLE. Il vous faudra donc apporter : • la feuille de consignes dûment signée • votre carte étudiante de l'Université Laval avec photo • des crayons à mine de plomb (pas de stylos) • un taille-crayon • une gomme à effacer. NE PAS APPORTER: téléphone cellulaire, MP3, iPod, tablette électronique, ordinateur portable, montre intelligente, objets précieux, etc.
Matériel autorisé :	Crayons de plomb, gomme à effacer, taille-crayon, carte étudiante de l'Université Laval (n'oubliez pas votre feuille de consignes dûment signée)

Examen de fin de session

Date et lieu : Le 9 déc. 2015 de 12h30 à 15h20 , Casault 1640

Individuel

Mode de travail :	
Pondération :	35 %
Remise de l'évaluation :	Carte étudiante de l'Université Laval avec photo obligatoire.
Directives de l'évaluation :	⚠ Cet examen ne portera que la matière abordée dans la 2e partie du cours (incluant les textes). Il comportera 35 questio multiples. ⚠ Vous devez obligatoirement présenter votre carte étudiante de l'Université Laval pour avoir accès à la salle d'examen (a

Voici une feuille contenant LES CONSIGNES pour les étudiants et les étudiantes qui feront leur examen sur le campus:

ConsignesExamenPsychosocio.pdf

LA FEUILLE DE CONSIGNES SIGNÉE ET LA CARTE DE L'UNIVERSITÉ LAVAL AVEC PHOTO SONT OBLIGATOIRES POUR AC SALLE D'EXAMEN.

- IMPRIMEZ CETTE FEUILLE.
- LISEZ LES CONSIGNES.
- SIGNEZ LA FEUILLE.

Il vous faudra donc apporter :

- la feuille de consignes dûment signée
- votre carte étudiante de l'Université Laval avec photo
- des crayons à mine de plomb (pas de stylos)
- un taille-crayon
- une gomme à effacer.

NE PAS APPORTER: téléphone cellulaire, MP3, iPod, tablette électronique, ordinateur portable, montre intelligente, objet .

Matériel autorisé :	Crayons de plomb, gomme à effacer, taille-crayon, carte étudiante de l'Université Laval, feuille de consignes dûment signée.

Informations détaillées sur les évaluations formatives

Exemples de questions pour l'examen de mi-session

Titre du questionnaire :	Exemples de questions pour l'examen de mi-session
Période de disponibilité :	Disponible en tout temps
Tentatives :	Nombre illimité de tentatives permises (Le résultat de la première tentative sera conservé)
Mode de travail :	Individuel

Exemples de questions pour l'examen de fin de session

Titre du questionnaire :	Exemples de questions pour l'examen final
Période de disponibilité :	Disponible en tout temps
Tentatives :	Nombre illimité de tentatives permises (Le résultat de la dernière tentative sera conservé)
Mode de travail :	Individuel

Système de notation

Cote	% minimum	% maximum
A+	90	100
A	87	89,99
A-	84	86,99
B+	81	83,99
B	78	80,99
B-	75	77,99

Cote	% minimum	% maximum
C+	72	74,99
C	69	71,99
C-	66	68,99
D+	63	65,99
D	60	62,99
E	0	59,99

Absences et retards

Le cheminement d'apprentissage proposé au calendrier doit être respecté. **Les retards pour la remise du travail de session entraîneront une pénalité de 10% des points par journée.** Cette pénalité sera automatiquement attribuée aux travaux remis après l'heure limite. Seules des circonstances exceptionnelles, soit la maladie grave ou le décès dans la famille immédiate, peuvent empêcher l'étudiante ou l'étudiant de remettre un travail noté dans les délais prescrits, de faire un examen ou de produire un travail pratique en classe. Dans ce cas, un avis de décès ou une note du médecin expliquant que l'étudiante ou l'étudiant est gravement malade et ne peut venir faire son examen ou produire son travail devra être présenté à l'enseignante avant la date prévue de l'examen ou de la remise du travail. Si la demande expliquant les raisons est acceptée, une reprise d'examen ou l'annulation de la pénalité sera envisagée.

La présence au cours est obligatoire. La participation à des activités parascolaires, incluant leur organisation, n'est pas un motif valable pour justifier une absence. Il est de la responsabilité de l'étudiante ou de l'étudiant de s'assurer que son nom est inscrit sur les travaux pratiques. On ne peut pas ajouter le nom d'un équipier ou d'une équipière une fois que le travail a été soumis.

Politique du français

La maîtrise du français est une compétence que doit posséder tout étudiant inscrit à un cours offert par le Département d'information et de communication. En vertu de ce principe, les fautes de langue (orthographe, lexique, syntaxe et ponctuation) sont pénalisées à leur première occurrence. Le total des fautes peut faire perdre jusqu'à 100 % de la note. Les pénalités sont pondérées en fonction de la longueur du texte produit :

- Moins d'une page = 5 points sur 100
- Une à cinq pages = 3 points sur 100
- Plus de cinq pages = 1 point sur 100

La page standard compte 250 mots. Les textes peuvent être rédigés selon l'orthographe traditionnelle ou nouvelle. Dans un même texte, un même mot doit toutefois être orthographié de manière uniforme.

Honnêteté intellectuelle

Tout étudiant qui commet une infraction au *Règlement disciplinaire à l'intention des étudiants de l'Université Laval* dans le cadre du présent cours est passible des sanctions prévues, notamment aux articles 28 et 29.

Le plagiat est une faute grave. Il est interdit « d'emprunter, dans un document ou un travail sujet à évaluation, en tout ou en partie, l'œuvre d'autrui ou des passages tirés de celle-ci, sans les identifier comme citation et sans en indiquer la source » (article 28b). Le plagiat consiste également à résumer ou à paraphraser l'idée d'un auteur, sans en mentionner la provenance.

Il est par ailleurs interdit « de soumettre à deux ou à plusieurs personnes responsables d'une activité universitaire sujette à évaluation, à leur insu respectif, un même document ou plusieurs documents similaires sujets à une évaluation » (article 28c). Les emprunts aux travaux réalisés dans d'autres cours doivent donc être rigoureusement référencés.

Évaluation du cours

En conformité avec la *Politique de valorisation de l'enseignement et Dispositions relatives à l'évaluation de l'enseignement à l'Université Laval*, il est possible que le cours que vous suivez soit évalué. Si tel est le cas, vous recevrez une invitation à remplir un questionnaire d'appréciation. Votre opinion est très importante, car elle permettra d'améliorer la qualité de ce cours. Nous comptons donc grandement sur votre collaboration.

Matériel et bibliographie

Matériel didactique

IL N'Y AUCUN RECUEIL À ACHETER. Tous les textes à lire pour le cours ont été numérisés. Pour accéder à ces textes, il suffit de cliquer sur l'onglet *Lectures* dans chacun des modules du cours.

Bibliographie

PREMIÈRE PARTIE:

Module 1

Approche psychanalytique I

Tavris, Carol et Carole Wade. 1999. « La perspective psychodynamique ». In *Introduction à la psychologie: Les grandes perspectives*. 2e édition. Paris : De Boeck Université, p. 142-144.

Lagache, Daniel. 2009. *La psychanalyse*. Coll. « Que sais-je ? », no 660. Paris : Presses Universitaires de France, p. 14-16, 20-23, 35-37.

Collette, Albert. 1990. « Les instances de la personnalité ». In *Introduction à la psychologie dynamique. Des théories psychanalytiques à la psychologie moderne.* Bruxelles: Éditions de l'Institut de Sociologie, Université Libre de Bruxelles, p. 61-81.

Module 2

Approche psychanalytique II

Tavris, Carol et Carole Wade. 2007. « La perspective psychodynamique ». In *Introduction à la psychologie: Les grandes perspectives*. 3e édition. Paris : De Boeck Université, p. 143-145.

Magis, Jean-Michel. 1978. « Le système freudien ». In *Introduction à la psychanalyse à l'usage des formateurs*. Évry: Robert Jauze, p. 95-109.

Hall, Calvin S., 1957. « Le développement de la personnalité ». In *L'ABC de la psychologie freudienne*. Paris: Aubier Montaigne, p. 97-130.

Module 3

Approche béhavioriste I

Tavris, Carol et Carole Wade. 2007. « La perspective béhavioriste ». In *Introduction à la psychologie: Les grandes perspectives*. 3e édition. Paris : De Boeck Université, p. 161-181.

Module 4

Approche béhavioriste II

Watson, John B. 1958. « What is Behaviorism ? ». In *Behaviorism*. Chicago et Londres: The University of Chicago Press, p. 1-19.

Module 5

Études sur la communication non verbale

Descamps, Marc-Alain. 1993. « La proxémie ou le code des distances ». In *Langage du corps et communication corporelle*. Paris : Presses Universitaires de France, p. 124-131.

Carontini, Enrico. 1986. *Faire l'image: Matériaux pour une sémiologie des énonciations visuelles, Cahiers du département d'études littéraires*, no 7. Montréal : Université du Québec à Montréal, p. 28-45.

Cosnier, Jacques, Alain Berrendonner, Jacques Coulon et Catherine Orecchioni. 1982. « Communications et langages gestuels ». In *Les voies du langage: Communications verbales gestuelles et animales*, Paris : Dunod, p. 255-274.

Module 6

Théorie de la *Gestalt*

Deutsch, Morton et Robert M. Krauss. 1972. « L'approche de la psychologie de la forme ». In *Les théories en psychologie sociale*. Paris: Mouton Éditeur, p. 15-24.

Braunstein, Jean-François et Évelyne Pewzner. 2005. « La psychologie scientifique au XX^{e} siècle: comportement, forme, cognition ». In *Histoire de la psychologie*. Paris : Armand Colin, p. 176-181.

Metzger, Wolfgang. 2006. « Ambiguous figures in our daily environment ». In *Laws of Seeing*, Boston : MIT Press, p. 1-14.

SECONDE PARTIE:

Module 7

Étude des cognitions sociales I : les attitudes et le changement d'attitude

Cerclé, Alain et Alain Somat. 2002. « Attitudes et changements des attitudes » (le texte commence par « Origine du concept d'attitude »). In *Psychologie sociale. Cours et exercices*, chapitre 7. Paris : Éditions Dunod, p. 151-178.

Delouvée, Sylvain (2010). « Approche cognitive du changement », dans le chapitre 4, « Attitude et changement ». In *Psychologie sociale*. Paris: Dunod, p. 74-76.

Cazals-Ferré, Marie-Pierre et Patricia Rossi (1998). « Valeurs et normes sociales ». In *Éléments de psychologie sociale*. Paris : Armand Colin, p. 26-29.

Module 8

Étude des cognitions sociales II : les représentations sociales

Rateau, Patrick (2007). « Les représentations sociales ». In *Psychologie sociale. Cours, documents, exercices*. 2^{e} édition. Jean-Pierre Pétard (dir.). Paris : Bréal, p. 163-182.

Pourrain, Pascale, Christine Thoër-Fabre, Joseph Josy Levy et Catherine Garnier (2007). « Les représentations sociales du Viagra® dans les dessins humoristiques ». *Revue Internationale sur le médicament*, vol. 1, no 1, p. 130-154.

Module 9

Stéréotypes, préjugés et discrimination

Bédard, Luc, Josée Déziel et Luc Lamarche (2012). « Stéréotypes, préjugés et discrimination». In *Introduction à la psychologie sociale. Vivre, penser et agir avec les autres*. 3^{e} édition, Montréal : Éditions du Renouveau Pédagogique (ERPI), p. 141-182.

Lebrun, Fabien (2007). « Presse machiste et journalisme phallocratique. Le sport comme analyseur ». *Illusio*, nos 4-5, p. 351-395.

Module 10

Influence sociale

Bédard, Luc, Josée Déziel et Luc Lamarche (2012). « L'influence sociale ». In *Introduction à la psychologie sociale. Vivre, penser et agir avec les autres*. 3^{e} édition, Montréal : Éditions du Renouveau Pédagogique (ERPI), p. 183-228.

Drozda-Senkowska, Ewa, Nicole Dubois et Patrick Mollaret (2010). « L'engagement dans un acte non problématique », dans le chapitre 3 de la 4^{e} partie, « Engagement et dissonance ». In *Psychologie sociale*, Paris: Presses Universitaires de France, Coll. « Licence Psycho », p. 271-277.

Module 11

Production d’impressions

Thompson, John (2005). « La nouvelle visibilité ». *Réseaux*, nos 129-130, p. 61-87.

Cosnier, Jacques (2006). « Goffman, Erving (1922-1982) ». In *Vocabulaire de psychosociologie*. Jacqueline Barus-Michel, Eugène Enriquez et André Lévy (dir.). Toulouse : Éditions Érès, p. 492-497.

Goffman, Erving (1973). « Introduction ». In *La mise en scène de la vie quotidienne, Tome 1 : La présentation de soi*. Paris : Éditions de minuit, p. 11-24.

Cahier de notes de cours trouées

Ce document vous aidera à prendre vos notes durant la première partie du cours:

Notes de cours H-15 - trouées_final.pdf

Notes de cours H-15 - trouées_final.doc